

# CIDADES CRIATIVAS E SUAS UNIDADES DE INFORMAÇÃO: UMA NOVA ROTA PARA O DISTRITO CRIATIVO DE FLORIANÓPOLIS/ SC

CREATIVE CITIES AND ITS INFORMATION UNITS: A NEW ROUTE FOR THE  
FLORIANÓPOLIS / SC CREATIVE DISTRICT

<sup>1</sup>Adriana Stefani Cattivelli

<sup>2</sup>Clarissa Stefani Teixeira

Universidade Federal de Santa Catarina<sup>1,2</sup>

## Correspondência

Adriana Stefani Cattivelli.  
Universidade Federal de Santa Catarina.  
Florianópolis, SC - Brasil.

E-mail: [adrianacattivelli@gmail.com](mailto:adrianacattivelli@gmail.com)

 ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8533-2263>



**JITA:** BG. Information dissemination and diffusion.

**e-Location:** 019021

**RESUMO**

As cidades criativas são regiões que concentram pessoas e lugares com um objetivo em comum: fazer dele um lugar melhor para se viver por meio de diferentes conexões e utilizando o melhor de cada indivíduo, a criatividade. Florianópolis, por ser uma ilha, onde não podem-se instalar indústrias devido à limitação de espaço, destaca-se no mundo do empreendedorismo e consolida-se como polo de inovação tecnológica. O Centro Sapiens ao tomar conhecimento de exemplos internacionais avista na região leste do centro de Florianópolis, a oportunidade de transformação da região. O perímetro possui diferentes tipos de instituição, dentre elas as unidades de informação. Neste contexto, tem-se como objetivo mapear as unidades de informação que estão localizadas no Distrito Criativo de Florianópolis e construir a Rota das Unidades de Informação. A justificativa baseia-se na premissa de que para se construir um ambiente criativo é necessário entrar em contato com fontes informacionais que ligam o passado ao presente, assim como divulgar esses espaços. Para mapeamento e criação da rota foi utilizado o *Google My Maps*. A rota reuniu 16 unidades de informação, os acervos contêm obras raras, históricas, especializadas, literatura, entre outros; e 87,5% permitem consulta aos seus acervos. Acredita-se que o convite aos gestores das unidades de informação para integrar o grupo de parceiros do Centro Sapiens possibilitará que os mesmos conheçam o projeto e passem a se sentir incluídos como agentes de transformação do local. Além de conhecerem seus colegas e buscar a conexão entre as unidades por um bem comum.

**PALAVRAS-CHAVE**

Arquitetura e urbanismo. Unidades de informação. Rede de informação. Disseminação da informação.

**ABSTRACT**

Creative cities are regions that concentrate people and places with a common goal: to make it a better place to live through different connections and using the best of each individual, creativity. Florianópolis, because it's an island, where you can not install industries due to the limited space, stands out in the world of entrepreneurship and consolidates itself as a pole of technological innovation. The Sapiens Center, when taking notice of international examples, sees in the eastern region of the center of Florianópolis, the opportunity for transformation of the region. The perimeter has different types of institutions, among them the information units. In this context, the objective is to map the information units that are located in the Creative District of Florianópolis and build the Route of Information Units. The justification is based on the premise that in order to build a creative environment it is necessary to contact information sources that link the past to the present, as well as to disseminate these spaces. For mapping and route creation, Google My Maps was used. The route gathered 16 units of information, the collections contain rare, historical, specialized, literature, among others; and 87.5% allow consultation of their collections. It is believed that the invitation to managers of the information units to integrate the group of partners of the Sapiens Center will enable them to know the project and to feel included as agents of transformation of the site. In addition to meeting their colleagues and seeking the connection between the units for a common good.

**KEYWORDS**

Architecture and urbanism. Information units. Information network. Information dissemination.

## 1 Introdução

As cidades criativas trazem consigo um conjunto de componentes que as tornam atrativas, tanto para moradores locais quanto para turistas que delas queiram desfrutar. Conforme Ashton (2013, p. 231), esses espaços

[...] são importantes promotores do turismo por possuírem elementos capazes de gerar produtos e serviços de interesse dos turistas. Fundadas no capital cultural, as cidades criativas são consideradas espaços propícios ao desenvolvimento das artes em geral e surgem entre os principais destinos turísticos dos que privilegiam a autenticidade das vivências culturais. (ASHTON, 2013, p. 231).

Por meio do Centro Sapiens e demais colaboradores, a cidade de Florianópolis desenvolve atividades para transformar a área leste do centro numa cidade criativa. Denominada “Distrito Criativo”, essa região é composta de vários atores que podem ou não conhecer o projeto de revitalização que a área vem sofrendo.

Entre as iniciativas culturais do Centro Sapiens encontram-se as rotas turísticas, que apontam num mapa (da referida região leste do centro) os locais onde é possível encontrar bares, restaurantes, espaços históricos, culturais e artísticos, além de sebos e brechós. Em meio aos atores que fazem parte do mapa do Distrito Criativo estão as Unidades de Informação (UI), instituições que coletam, tratam e disseminam informação.

Ao tomar conhecimento das rotas e perceber que nessa região estão instaladas bibliotecas, arquivos, museus e memoriais, surgiu a ideia de elaborar uma rota para as unidades de informação, já que esses espaços fornecem insumos para turistas conhecerem a história da região e os artistas locais, assim como para os moradores saberem quais as fontes de informação de que podem desfrutar. Afinal,

Ensinar, aprender e formar-se pressupõem, além da relação pedagógica que se estabelece entre professor e aluno, recorrer aos fundos documentais e aos instrumentos de exploração e de difusão do conhecimento que constituem as bibliotecas e outras unidades de informação. O aumento da demanda educativa em um número crescente de países, a obrigatoriedade imposta a categorias cada vez mais variadas de profissionais para atualizar seus conhecimentos, pela formação permanente, e uma melhor qualificação, indispensável ao progresso científico, são fundamentais para que os fatores de desenvolvimento multipliquem-se. (GUINCHAT; MENOÛ, 1994, p. 22).

Nesse âmbito, a presente pesquisa tem como objetivo mapear as unidades de informação que se encontram localizadas no Distrito Criativo de Florianópolis e construir a Rota das Unidades de Informação (UI). A justificativa baseia-se na premissa de que, para se construir um ambiente criativo, é necessário entrar em contato com livros, esculturas, quadros, mapas, documentos históricos, entre outros, de modo que se permita conhecer o passado e o presente, com o intuito de não perder a identidade local. Outra motivação repousa no fato de que boa parte das UI disponibilizam ambientes de estudo e acervos especializados

que por muitas vezes são subutilizados devido à falta de divulgação, o que demanda a ampla publicização dessas informações. Além do mais, o profissional responsável pela UI deve tomar conhecimento do projeto e inserir-se como agente atuante diante da economia criativa que presencia.

## 2 Do Centro de Florianópolis ao Centro Sapiens

Florianópolis, a capital do estado de Santa Catarina, está localizada no Sul do Brasil e é conhecida por sua natureza exuberante e pela variedade de praias. Sua economia é baseada no turismo, serviços e tecnologia de informação.

O centro da capital pode ser dividido entre a parte nobre, destinada ao lazer, e a parte do comércio, que também abriga a história da cidade, seu marco inicial. A primeira é uma das regiões mais valorizadas da cidade, com seus prédios imponentes e restaurantes temáticos, além de ser local escolhido para caminhar e praticar esportes enquanto se contempla uma bela paisagem, que contrasta com o som dos carros passando na Avenida Beira-Mar Norte. Já a parte comercial e histórica do centro é onde encontram-se lojas, restaurantes, bares, museus, bibliotecas, prédios comerciais e públicos (órgãos municipais, estaduais e federais) e pontos turísticos.

Como a maioria dos centros das grandes cidades do Brasil, a região comercial histórica de Florianópolis apresenta uma bipolaridade no fluxo de pessoas que passam por ali. No horário comercial existe um fluxo intenso de pessoas, que precisam tomar cuidado para não esbarrarem. Em contrapartida, conforme os estabelecimentos vão fechando e a noite cai, a região começa a se esvaziar e a atmosfera de insegurança contagia os transeuntes. A partir de então, encontra-se um ambiente *underground* com moradores de ruas, casas noturnas, bares e prostíbulos.

Ainda sobre a região comercial e histórica, em especial a área leste - a parte mais degradada e abandonada do centro de Florianópolis -, alguns olhares se lançaram sobre ela, avistando novas perspectivas. Em setembro de 2015 surge o Centro Sapiens – parceria entre o Sapiens Parque e a Universidade Federal de Santa Catarina com apoio da Prefeitura de Florianópolis –, que, sob a luz de referências internacionais, como o modelo 22@ (Barcelona), a cidade de Bolonha (Itália), os bairros Soho e Soreditch (Londres) e Medellín (Colômbia), encabeçaram um projeto que visa tornar a região leste do Centro Histórico de Florianópolis em um Distrito Criativo, por meio de um processo denominado revitalização urbana e por meio do fomento da economia criativa local (CENTRO SAPIENS, 2018).

O referido projeto busca traçar ações que visam transformar a área em uma cidade criativa. O Centro Sapiens “[...] é um projeto de desenvolvimento tecnológico territorial voltado à promoção da economia criativa – com foco em turismo, gastronomia, artes, design e tecnologia –, setor com grande potencialidade na cidade de Florianópolis.” (CENTRO

SAPIENS, [201?], p. 1).

O Centro Sapiens conta com colaboradores – como universidades, empresas privadas, órgãos públicos, agências de fomento, sociedade civil e organizações não governamentais, entre outros – que estão localizados na própria região ou que possuem algum interesse no desenvolvimento da área leste (VIA, 2018).

Após contextualizar a região da capital catarinense que busca transformar-se numa cidade criativa, na próxima seção serão apontadas as principais definições sobre o conceito de cidade criativa.

### 3 Cidades Criativas

Antes de definir o que são as cidades criativas, é necessário elucidar o significado de economia criativa, pois o surgimento de ambas está mutuamente relacionado. Se a economia é uma ciência que estuda as normas que controlam a produção, distribuição e consumo de produtos, e a criatividade é algo advindo do conhecimento do ser humano, que faz com que ele tenha ideias e crie. Supõe-se que a economia criativa diga respeito à descoberta de novas formas de realizar todos os processos mecânicos que já estavam preestabelecidos, demandando do indivíduo a capacidade de raciocínio para encontrar soluções para problemas detectados.

Newbiggin (2010) relata que a economia criativa tem fortes raízes na indústria cultural e envolve valores econômicos e culturais. O autor acrescenta que uma característica básica da economia criativa é a propriedade intelectual e que, em 1998, o governo do Reino Unido definiu o termo como “[...] aquelas atividades que têm sua origem na criatividade, na habilidade e no talento individual, e que potencializam a criação de emprego e riqueza através da geração e exploração da propriedade intelectual” (NEWBIGGIN, 2010, p. 15).

A economia criativa surge diante de uma série de fatores que demandam uma nova forma de organização da sociedade. Entre eles encontram-se a globalização, as novas mídias, a promoção, o desenvolvimento e a valorização do conhecimento como ativo econômico diferencial, que passa a ser reconhecido cada vez mais como recurso básico e imprescindível. (REIS, 2011a).

Tal como uma cidade segue a lógica dos modelos econômicos vigentes, a cidade criativa passou a adotar os preceitos da economia criativa. Desse modo, entende-se por cidade criativa um perímetro urbano

[...] no qual atividades culturais de vários tipos são um componente integral do funcionamento econômico e social da cidade. Tais cidades tendem a ser construídas sobre uma forte infraestrutura social e cultural, a ter altas concentrações relativas de emprego criativo e a ser atraentes para investimentos, devido aos seus equipamentos

culturais consolidados. (REIS, 2011a, p. 43).

A cidade criativa permite a participação de qualquer cidadão, desde que ele tenha sentimento de pertencimento, vontade e capacidade para pensar e agir dentro desse espaço, enfim, as possibilidades de integração são múltiplas. A definição apresentada a seguir denota tal ação do indivíduo, quando aponta que

A cidade criativa é um toque de trombetas para estimular abertura mental, imaginação e participação pública. Isso tem um impacto dramático na cultura organizacional. A filosofia é que há sempre mais potencial em qualquer lugar do que pensaríamos à primeira vista [...]. Parte-se do pressuposto que devem ser criadas condições para que as pessoas pensem, planejem e ajam com imaginação para aproveitar oportunidades ou resolver problemas urbanos aparentemente intratáveis. Estes podem variar de respostas à questão dos desabrigados, à geração de riqueza ou à melhoria do ambiente visual. Isso significa que cidades grandes e pequenas podem ser criativas. Cidade criativa é portanto um conceito positivo. O pressuposto é que pessoas comuns podem fazer coisas extraordinárias acontecerem, se tiverem uma oportunidade. (LANDRY, 2009, p. 3-4).

Quando se fala em cidades criativas, outro item que importa mencionar é a captação de pessoas com domínio em diferentes áreas do conhecimento. Esse fator faz com que se tenha uma visão sobre diferentes perspectivas, contribuindo para que se tome a melhor decisão em relação a uma dada realidade, fazendo com que um maior número de pessoas seja beneficiado. Segundo Neil Bradford, as cidades criativas

[...] são locais dinâmicos de experimentação e inovação, onde novas ideias florescem e pessoas de todas as classes sociais se reúnem para tornar suas comunidades em lugares melhores para se viver, trabalhar e se divertir. Envolvem diferentes tipos de conhecimento e encorajam a participação pública generalizada para lidar de maneira imaginativa com questões complexas. Em sua tomada de decisão, valorizam o pensamento holístico e agem na interdependência de objetivos econômicos, sociais, ambientais e culturais. (BRADFORD, 2004, p. 1, tradução livre).

Tendo em vista que, para solucionar um dado problema é necessário interligar as informações que são consumidas e os conhecimentos gerados no processamento dessas informações, a palavra de ordem que se apresenta é “conexão”. Isso é importante porque, conforme a sociedade foi se desenvolvendo, tanto com relação ao conhecimento quanto às formas de organização do trabalho e da sociedade, tais aspectos foram se fragmentando e se distanciando. Reis (2011a) ressalta que as cidades inovadoras se

[...] baseiam em conexões (de ideias, pessoas, regiões, intra e extraurbanas, com o mundo, entre público e privado, entre áreas de saber) e têm na cultura (identidade, fluxo de produção, circulação e consumo, infraestrutura, ambiente) grande fonte de criatividade e diferencial social, econômico e urbano. (REIS, 2011a, p. 70).

A junção de diferentes atores e espaços culmina, no sentido figurado, na montagem de um grande quebra-cabeça, que é a resolução para se avistar uma imagem por completo. Assim podemos imaginar uma cidade criativa, em que cada um é responsável por usar sua

bagagem intelectual para ajudar a encontrar a ideia certa de encaixe na resolução de problemas existentes para um coletivo.

Alguns autores pontuam o que é necessário para aumentar a criatividade em uma cidade:

- a oferta de um mercado de trabalho voltado aos trabalhadores com alto potencial criativo, compreendendo portanto universidades, centros de pesquisa e empresas com perfil diferenciado;
- oferta cultural e de apreciação estética, compatível com a sensibilidade criativa e a voracidade por ampliação de repertório desses profissionais;
- efervescência de vida urbana (cafés, galerias, centros de design, lojas de moda de arrojada, pequenos negócios de nicho – uma espécie de grande Soho) e valorização [...] à diversidade. (REIS, 2011a, p. 37-38).

O cenário idealizado acima é digno de grandes centros urbanos, no entanto, também é possível conceber uma cidade criativa em cidades menores, pois o elemento fundamental da cidade criativa são os indivíduos, e se eles se reunirem com o propósito de transformar a realidade em que vivem, tudo é possível.

O primeiro item citado por Reis (2011a), no que se refere ao aumento da criatividade, são os trabalhadores com alto potencial criativo que se encontram em universidades, centros de pesquisa e empresas. Uma boa parcela dessas instituições possui UI, já que essa “massa pensante” necessita alimentar-se de informação para criar. Ademais, espaço de estudos e ponto de encontro são fatores-chave que elas oferecem ao público.

#### **4 Unidades de Informação**

As unidades de informação surgiram devido ao aumento expressivo da produção informacional, demandando que existisse um local que coletasse, organizasse e disseminasse a informação. Essa informação pode encontrar-se nos mais variados formatos, desde o mais óbvio, como um livro, até uma escultura.

García-Reyes (2007) define as unidades de informação como centros que gerenciam recursos informacionais e desenvolvem atividades dirigidas à conservação de documentos e à promoção do acesso e uso da informação, com o fim de dar cobertura às demandas da comunidade a que servem.

As unidades que realizam esse trabalho podem se apresentar em diferentes configurações, dependendo de sua missão e do contexto em que estão inseridas. Segundo Vergueiro e Miranda (2007, p. 8), os ambientes informacionais se referem “[...] muito mais do que às bibliotecas, mas também a centros de informação e documentação, a centros de recursos de informação, a centros de memória, etc., numa diversidade de organizações formais que são genericamente referidas como unidades de informação.”

Conforme citado anteriormente, o combustível da economia contemporânea é a informação, o que demanda das UI o papel social de entregar a informação a quem dela necessitar. Para os autores Romani e Borszcz (2006, p. 8), as UI têm uma

[...] responsabilidade social a cumprir: disponibilizar informação para a sociedade. [...] isto se torna vital, pois a informação passou a ser percebida como importante insumo para o desenvolvimento de todas as atividades da sociedade. As unidades de informação, em seus mais variados tipos, se destacam por serem os espaços de comunicação da informação, que necessitam ser bem administrados para melhor atender aos seus usuários, assim como para cumprir o seu papel social.

Além disso, as UI se deparam com um paradigma que se refere à conexão que pode existir entre elas, tanto no que concerne aos acervos como aos serviços, pois os usuários estão acostumados a acessar as informações para solucionar suas necessidades de conhecimento em um único local. Nesse contexto,

[...] o foco está em acervos coletivos, com material de diversos formatos, sendo o acesso centrado no usuário, com a preocupação voltada ao conteúdo, mantendo apenas a coleção útil e deixando de adquirir, organizar e preservar o acervo, passando a capturar, organizar e distribuir o conhecimento não em bibliotecas isoladas, mas sim trabalhando com bibliotecas em rede. (ROMANI; BORSZCZ, 2006, p. 8).

A cooperação entre as UI faz com que os recursos sejam otimizados e o retrabalho seja evitado. O intercâmbio de experiências também proporciona a sensação de coletividade, fazendo com que todos tenham uma visão mais clara do caminho a seguir em prol de um bem maior.

Na próxima sessão, será verificado como as UI contribuem para o cenário das cidades criativas, afinal, sabe-se que um dos combustíveis essenciais da criatividade é a informação.

## 5 Unidades de Informação Segundo as Cidades Criativas

Na literatura sobre cidades criativas, as abordagens acerca das unidades de informação ainda são escassas e relatadas de forma breve. Apesar disso, é possível captar o olhar que as cidades criativas têm sobre essas instituições, o que esperam delas e qual o papel que podem desempenhar nesse cenário.

O caso da Rede de Bibliotecas Públicas de Bogotá certamente é um dos mais significativos. O plano foi espalhar bibliotecas por toda a cidade com o intuito de reduzir o índice de violência local a partir do acesso à cultura (PROGRAMA CIDADES SUSTENTÁVEIS, 2013). Reis (2011b, p. 138) aponta que a rede é

Constituída por bibliotecas de várias magnitudes - das comunitárias aos megaedifícios -, articuladas de forma dispersa em toda a cidade, as bibliotecas são vistas como locais de encontro de diversidades, de geração de cidadania e, claro, de

formação. Dos projetos arquitetônicos à gestão do espaço, a comunidade é envolvida em todas as etapas, gerando engajamento e empoderamento das bibliotecas.

O conceito de biblioteca, conforme o caso de Bogotá, não reduz a biblioteca apenas a um espaço de leitura, mas a considera, também como um ambiente de criatividade, no qual usuários se encontram e podem produzir conteúdo.

Nesse sentido, Grodach (2017) aponta que museus, bibliotecas e escolas abrem espaços de produção, em que as pessoas podem ter acesso às ferramentas e materiais para uma variedade de projetos criativos, sendo parte da cidade criativa a atividade artesanal e a fabricação em pequena escala de produtos culturais.

Outro exemplo de destaque é o caso do Museu Guggenheim, instalado em Bilbao, na Espanha. A cidade era tida como decadente e o projeto de instalação do museu foi considerado arriscado, no entanto, ele trouxe transformações positivas no que se refere à recuperação urbana e à visibilidade internacional. Já no quesito interação com a comunidade local, não foram obtidos grandes êxitos (REIS, 2011b).

Segundo Scott (2006), o caso de Bilbao visa transformar a visão que as pessoas têm do local. Essa prática tem sido cada vez mais utilizada pelos formuladores de políticas como uma ferramenta para atrair fluxos de turistas, gerar novos investimentos internos e elevar as expectativas econômicas locais em geral.

Conforme o caso de Bilbao, algumas UI também podem ser vistas como itens que agregam valor ao cenário das cidades criativas, seja pela imponência de sua arquitetura, seja pela riqueza de seu acervo. Segundo Grodach (2017), alguns autores defendem que, por meio de museus, centros de cultura e artes cênicas, os centros das cidades devem ser transformados em um palco. Ele alude, ainda, à opinião de um diretor de museu de arte, segundo o qual qualquer cidade americana de 10 mil pessoas ou mais deve ter atualmente um ou dois museus, e também um na prancheta, de preferência projetado por um arquiteto sofisticado, pois a arte tornou-se um novo combustível para máquinas de crescimento urbano (GRODACH, 2017).

As UI também passam a ser consideradas como infraestrutura cultural necessária para atender às necessidades dos usuários de uma região criativa, onde as comodidades culturais – sob a forma de museus, galerias de arte, salas de concerto, distritos de entretenimento multifacetados, entre outros – estão quase sempre presentes em alguma abundância (SCOTT, 2006). Nesse sentido, Comunian (2011) reforça que os museus e galerias são considerados bons indicadores culturais de uma cidade criativa.

E se as UI são consideradas por alguns autores um item essencial das cidades criativas, é porque elas atraem perfis de usuários que podem contribuir com a região.

Conforme O'Connor e Shaw (2014), a possibilidade de encontro com um novo talento ou especialista renomado é essencial para a vida de uma região, pois uma cidade deve ter uma alma – uma universidade, uma grande escola de arte ou música, uma catedral ou uma grande mesquita ou templo, um grande laboratório ou centro científico, assim como as bibliotecas e museus e galerias que trazem passado e presente juntos.

Ainda nesse mesmo sentido, Ratiu (2013) compara os espaços culturais a um pote de mel que serve de chamariz para usuários. Mais uma vez, o Museu de Arte Guggenheim, em Bilbao, que recebe visitantes do mundo inteiro, é citado como exemplo.

Percebe-se que as UI abordadas pela literatura das cidades criativas são bibliotecas e museus. Acredita-se que isso ocorre por serem as UI mais populares entre o público em geral. Outra hipótese é que memoriais e arquivos históricos podem ser confundidos com museus por leigos no assunto.

## 6 Caminhos Metodológicos

A caracterização da presente pesquisa enquadra-se, quanto ao ponto de vista:

- a) da sua natureza – pesquisa aplicada, pois “[...] objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais.” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 51);
- b) dos seus objetivos – pesquisa descritiva, que “visa a descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 52);
- c) dos procedimentos técnicos - pesquisa de campo, “[...] é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual procuramos uma resposta, ou de uma hipótese, que queiramos comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 59).

O primeiro passo foi tomar conhecimento do perímetro urbano que constitui o Distrito Criativo de Florianópolis, que abarca a Rua Trajano até a Avenida Hercílio Luz e a Rua Artista Bittencourt até o Terminal Urbano da Cidade Florianópolis. Para tanto, utilizou-se o *Google Maps*. A partir de então, o mapa apresentou os nomes das instituições localizadas na região e o mapeamento das UI e das instituições que provavelmente teriam UI foram listadas.

Ainda sobre o mapeamento das UI, entrou-se em contato com o Conselho Regional de Biblioteconomia – 14ª região (CRB 14), com a representante do Colegiado Setorial de Arquivos do Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC) e andou-se pelas ruas do Distrito Criativo, a fim de identificar o maior número de UI. Foram encontradas 18 unidades de informação, entre elas bibliotecas, museus, arquivos, memoriais e centros de informação e

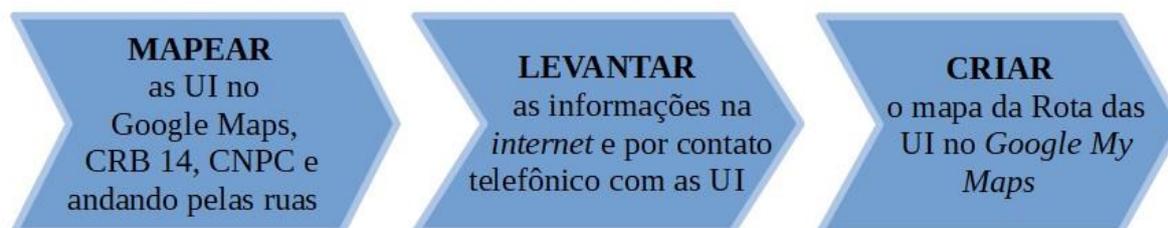
documentação.

As informações necessárias para a criação da rota foram: tipo da UI, horário de funcionamento, forma de acesso e área temática do acervo. Boa parte das informações foram coletadas na internet, no próprio *site* ou nas redes sociais das instituições. As informações faltantes foram coletadas por meio de contato telefônico.

Com as informações em mãos, iniciou-se a criação da Rota das UI no *Google My Maps*. A ferramenta permite a criação de mapas personalizados, sendo possível adicionar marcadores e informações e categorizar os locais – conforme preferência no recurso camada –, compartilhamento do mapa com outras pessoas e criação de um link de acesso.

Na Figura 1, apresenta-se o passo a passo realizado para a concretização da Rota das UI.

**Figura 1.** Passos para elaboração do Mapa da Rota das UI



Fonte: Dados de pesquisa, 2019

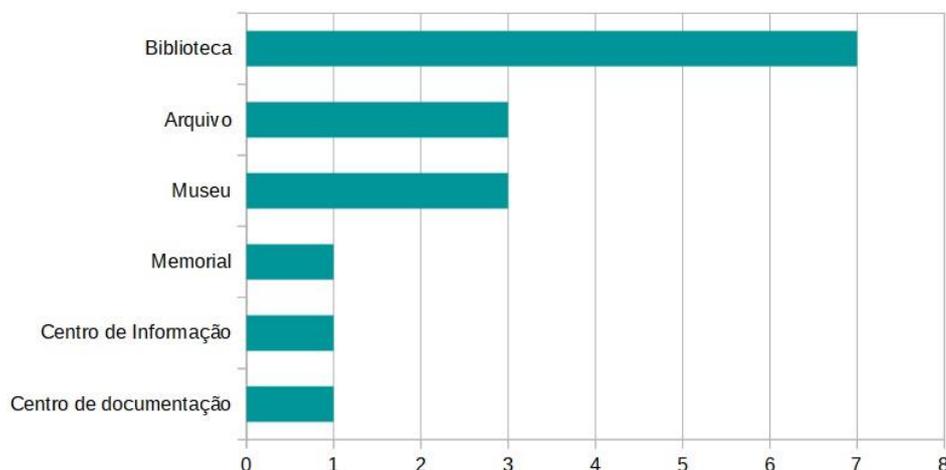
Na próxima seção serão apresentados os resultados alcançados após a aplicação da metodologia descrita.

## 7 Resultados

Somente no perímetro da região do Distrito Criativo reuniu-se o total de 18 UI. No entanto, duas instituições tiveram suas UI fechadas, uma devido à falta de pessoal responsável pela curadoria e outra pelo fato do prédio precisar de reparos necessários à segurança das pessoas que o visitam. As duas instituições, portanto, não fizeram parte da rota das unidades de informação.

As bibliotecas são o tipo de UI mais numerosas no distrito criativo, totalizando sete. Em seguida, com três, estão os arquivos e museus. Com uma ocorrência cada, encontram-se memorial, centro de documentação e centro de informação. Esses números podem ser acompanhados no Gráfico 1.

**Gráfico 1.** Tipo de Unidade de Informação localizada no Distrito Criativo de Florianópolis



Fonte: Dados de pesquisa, 2019

Os arquivos de acesso restrito não fizeram parte da população pesquisada, já que o intuito é traçar uma rota para o público ter acesso aos documentos das UI. Caso fossem contabilizados, certamente seria o tipo de UI mais numerosa, considerando que boa parte das instituições possui um arquivo.

Uma das instituições pesquisadas apresentou duas unidades de informação: um arquivo e uma biblioteca.

### *7.1 Acervo das Unidades de Informação do Distrito Criativo*

No que se refere à área do conhecimento das coleções das UI, foi possível identificar uma variada gama de acervos especializados. Uma parcela das UI oferece aos usuários documentos sobre Florianópolis ou sobre o estado de Santa Catarina.

No contexto das cidades criativas, esses acervos configuram-se como fonte para que os usuários entendam o porquê de a cidade estar organizada da forma como se vê hoje (REIS, 2011b). Ao conhecer as origens da cidade – seja por intermédio de autores e artistas locais, seja por meio da documentação histórica –, é possível planejar mudanças que não interfiram na identidade da região. Ademais, as fontes podem servir de inspiração para criar coisas novas baseando-se na história do local.

No Quadro 1, vê-se quais as áreas do conhecimento das coleções que as UI do Distrito Criativo de Florianópolis oferecem aos usuários.

**Quadro 1.** Área do conhecimento das Unidades de Informação do Distrito Criativo

Nome da Instituição	Tipo de UI	Área de cobertura do acervo
Arquivo Histórico do Município de Florianópolis	Arquivo	Administração municipal
Superintendência do Patrimônio da União	Arquivo	Documentos referentes aos bens (terrenos e imóveis) localizados no estado de Santa Catarina
Companhia de Gás de Santa Catarina (SCGÁS)	Arquivo	Documentos administrativos relacionados à área de atuação da instituição
Aliança Francesa	Biblioteca	Obras de diversas áreas do conhecimento escritas em língua francesa
Fundação do Meio Ambiente (FATMA)	Biblioteca	Ciências ambientais
Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)	Biblioteca	Publicações do IBGE – Geografia e Estatística
Instituto Comunitário Grande Florianópolis (ICom)	Biblioteca	Terceiro setor (organizações de iniciativa privada, sem fins lucrativos e que prestam serviços de caráter público)
Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina (IHGSC)	Biblioteca	História, Geografia, Etnografia, Arqueologia e Genealogia e das demais ciências afins à história e à geografia de Santa Catarina
Companhia de Gás de Santa Catarina (SCGÁS)	Biblioteca	Administração, Direito, Economia, Finanças, Contabilidade, Normas Nacionais e Internacionais referentes à distribuição de óleo e gás, Literatura, Geografia e História – Brasil e Santa Catarina
Tribunal de Contas de Santa Catarina (TCE/SC)	Biblioteca	Controle Externo, Administração Pública, Licitações, Contabilidade, Orçamento Público, Auditoria, Responsabilidade Fiscal, Ética e Corrupção, Direito Administrativo, Constitucional e Tributário. Também possui setor dedicado a autores e temas de Santa Catarina, além de produções do próprio TCE/SC
Casa da Memória	Centro de Documentação	Vida social e cultural do município
Banco de Desenvolvimento da Região Sul (BRDE)	Centro de Informação	Administração, Agronomia, Ciências Contábeis, Direito, Economia, Engenharia
Memorial Meyer Filho	Memorial	Obras do artista plástico Meyer Filho e de artistas contemporâneos
Museu da Escola Catarinense	Museu	História da educação
Museu Victor Meirelles	Museu	Obras de Victor Meirelles
Museu Histórico de Santa Catarina	Museu	Possui cinco categorias de acervo: arquitetônico, arqueológico, arquivístico, bibliográfico e museológico

Fonte: Dados de pesquisa, 2019

Nos acervos especificados no Quadro 1, é possível encontrar desde obras raras e históricas até obras de consulta específica de uma determinada área do conhecimento e literatura. Os acervos das instituições citadas disponibilizam diversos formatos de informação, como livros, periódicos, manuais, normas, mapas, pinturas, esculturas, documentos, entre outros.

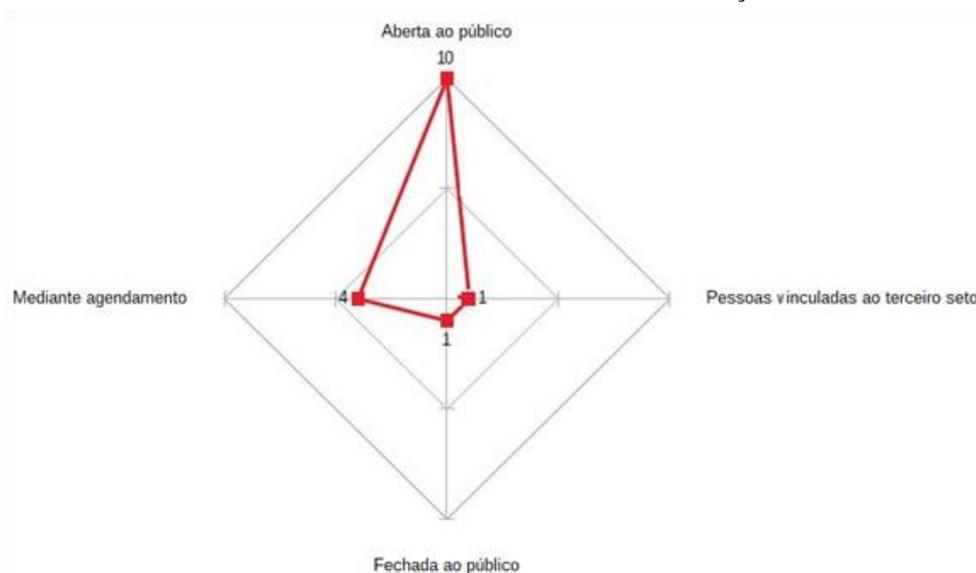
Existem UI que foram concebidas para atender ao público em geral e aquelas que foram criadas para atender às demandas informacionais da instituição a que pertencem. As primeiras divulgam amplamente seus serviços e horário de funcionamento nos sites e redes sociais. São elas: Arquivo Histórico do Município de Florianópolis, Biblioteca do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina, Biblioteca do Tribunal de Contas de Santa Catarina, Centro de Documentação da Casa da Memória, Memorial Meyer Filho, Museu da Escola Catarinense, Museu Victor Meirelles e Museu Histórico de Santa Catarina.

Já as demais UI não priorizam divulgar informações sobre seus acervos, pois seu público-alvo são os que pertencem à própria instituição. No entanto, como abordado anteriormente, as UI têm seu viés social que trabalha com a premissa de disponibilizar o acesso à informação a quem dela necessitar. Isso faz com que essas UI permitam a consulta das obras, muitas vezes mediante agendamento, já que elas não foram concebidas para atender a um grande número de pessoas.

### 7.2 Forma de Acesso ao Acervo

Quanto à forma de acesso às obras das UI, 62,5% permitem a visita pública em qualquer horário de seu funcionamento e 25% mediante agendamento. As duas UI restantes não permitem acesso ao público em geral, uma por conter documentos privados (acesso somente aos documentos vinculados ao CPF do interessado) e a outra por ser destinada a um público restrito (caso do Icom - acessível somente às pessoas envolvidas com o terceiro setor). Esses dados estão representados no Gráfico 2.

**Gráfico 2.** Forma de acesso ao acervo das Unidades de Informação do Distrito Criativo



Fonte: Dados de pesquisa, 2018

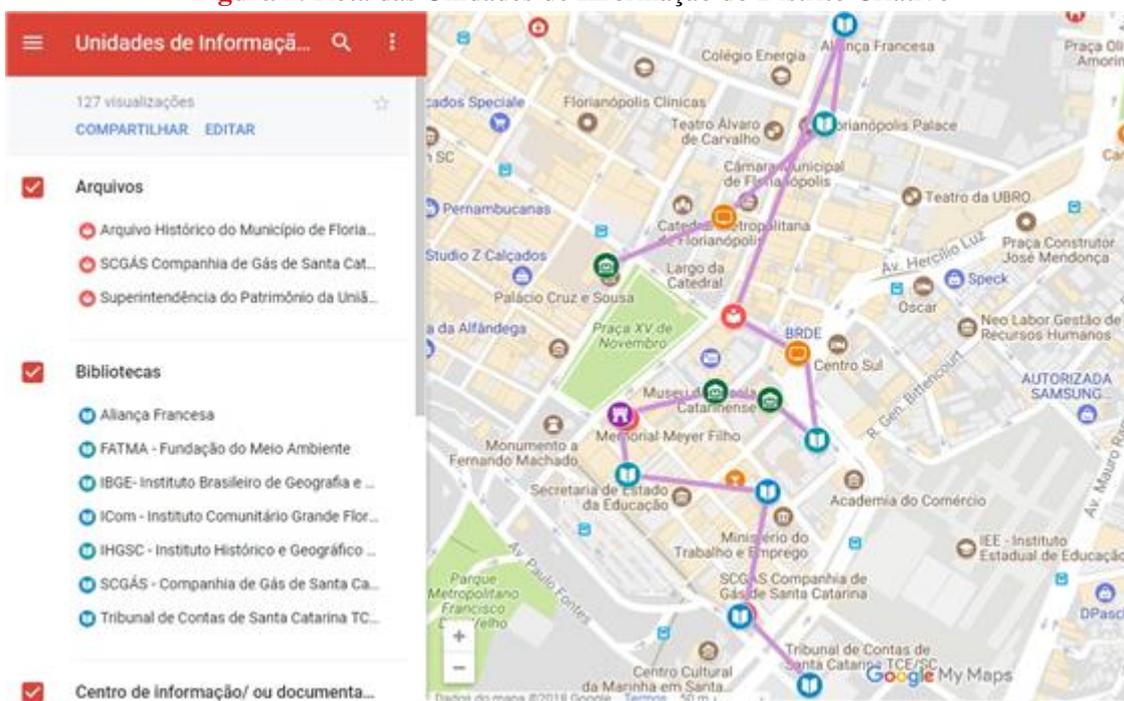
Os resultados mostram que mesmo as UI que não foram criadas para atender o público em geral, também têm cumprido com sua missão social de disponibilizar a informação a quem delas necessitar, já que 87,5% permitem que a consulta aos seus acervos seja realizada pelo público externo.

### 7.3 Rota das Unidades de Informação do Distrito Criativo de Florianópolis

O Centro Sapiens já tem elaboradas cinco rotas no Distrito Criativo para que os caminhos do centro mostrem “[...] cenários urbanos baseados em arte, cultura e gastronomia; os quais compõem um lado encantador, mas pouco explorado, de Florianópolis.” (CENTRO SAPIENS, 2018). As rotas são as seguintes: Gastro-Boêmia - Bares e restaurantes; Cultural - Espaços históricos e artísticos; Retrô - Sebos, brechós e antiquários; Histórica - Fachadas e edifícios; e Arte Urbana - Obras de arte.

Para agregar mais uma rota ao Distrito Criativo, sugere-se a rota das Unidades de Informação, com o intuito de divulgar o acervo das instituições para que o público em geral conheça e tenha acesso aos mais variados recursos informacionais de diversas áreas do conhecimento. Na Figura 2, observa-se a rota das Unidades de Informação.

**Figura 2.** Rota das Unidades de Informação do Distrito Criativo



Fonte: Google My Maps, 2018

Uma parcela da literatura sobre cidades criativa refere-se às UI como chamarizes no que se refere à arquitetura e aos acervos. No centro de Florianópolis, são poucas as UI que se destacam por seus prédios imponentes, muitas delas estão instaladas em prédios simples e por vezes não há uma divulgação atrativa do que o acervo pode oferecer.

Já as instituições que possuem UI, nas suas fachadas não consta que é possível encontrar no local uma biblioteca ou arquivo. É necessário que o usuário tenha conhecimento da existência da UI para procurá-la.

## 8 Percepções Finais

A literatura que aborda as UI no contexto das cidades criativas, mostra casos de bibliotecas e museus que transformaram a realidade do local. Foram parte de um planejamento de gestores que viram nas UI uma oportunidade de neutralizar zonas de conflito por meio da cultura – caso das bibliotecas da Colômbia – ou de revitalizar áreas decadentes ao instalar uma UI que chame atenção do mundo inteiro pela imponência de sua arquitetura e qualidade das exposições – como o Museu de Bilbao.

No caso do Distrito Criativo de Florianópolis, a presente pesquisa teve o intuito de dar um passo inicial com relação à divulgação dos acervos que estão localizadas nessa área, para que as mentes criativas passem a circular por esses espaços e quando sentirem necessidade informacional de conhecer a história da região, as obras de artistas locais ou até mesmo consultar materiais de conhecimento geral, saibam onde encontrá-los.

Sugere-se ao Centro Sapiens a inserção de gestores de UI como parceiros que contribuirão com ações que visem ao acesso à informação ou ao desenvolvimento de atividades culturais. Estendendo o convite, possibilitará que esses gestores conheçam o projeto e sintam-se incluídos como agentes de transformação do local.

Na etapa de mapeamento das UI, ao entrar em contato com as entidades que representam os profissionais da informação, constatou-se que não há o controle acerca das informações de localização e da área do conhecimento do acervo em que os profissionais atuam. Portanto, sugere-se para pesquisas futuras, a criação de um banco de dados, em que os próprios profissionais possam inserir as informações sobre as UI. Dessa forma, o *start* para o novo paradigma pode ser dado, de modo que as UI passem a trabalhar cooperativamente e estabeleçam conexão entre elas.

## Referências

BRADFORD, Neil. **Creative cities structured policy dialogue backgrounder**. Ottawa: Canadian Policy Research Networks, 2004. Disponível em: [https://works.bepress.com/neil\\_bradford/53/download/](https://works.bepress.com/neil_bradford/53/download/). Acesso em: 16 jun. 2018.

CENTRO SAPIENS. **Centro Sapiens**. [201?]. Disponível em: <https://centrosapiens.com.br/wp-content/uploads/2016/03/projeto-CentroSapiens.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2018.

CENTRO SAPIENS. **Sobre o Centro Sapiens**. 2018. Disponível em: <https://centrosapiens.com.br/>. Acesso em: 10 jun. 2018.

COMUNIAN, Roberta. Rethinking the creative city: The role of complexity, networks and interactions in the urban creative economy. **Urban Studies**, v. 48, n. 6, p. 1157–1179, 2011. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0042098010370626>. Acesso em: 12 jul. 2018.

GARCÍA-REYES, Carmen Jorge. Gestión de unidades de información. In: VERGUEIRO, Waldomiro; MIRANDA, Angélica Conceição Dias (Org). **Administração de unidades de informação**. Rio Grande, RS: FURG, 2007.

GRODACH, Carl. Urban cultural policy and creative city making. **Cities**, v. 68, p. 82–91, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cities.2017.05.015>. Acesso em: 4 jul. 2018.

GUINCHAT, Claire; MENO, Michel. **Introdução geral as ciencias e tecnicas da informação e documentação**. 2. ed. Brasília, DF: IBICT; FBB, 1994.

LANDRY, Charles. Prefácio. In: REIS, A. C.; KAGEYAMA, P. (Org.). **Creative cities perspectives**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2009.

NEWBIGIN, John. **A economia criativa: um guia introdutório**. [S.l.]: British Council. 2010. Disponível em: [https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro\\_guide\\_-\\_Portuguese.pdf](https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf). Acesso em: 10 jun. 2018.

O'CONNOR, Justin; SHAW, Kate. What next for the creative city? **City, Culture and Society**, v. 5, n. 3, p. 165–170, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ccs.2014.05.010>. Acesso em: 10 jul. 2018.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PROGRAMA CIDADES SUSTENTÁVEIS. **Bibliotecas em Bogotá**. 2013. Disponível em: <https://www.cidadessustentaveis.org.br/boas-praticas/bibliotecas-em-bogota>. Acesso em: 7 dez. 2018.

RATI, Dan Eugene. Creative cities and/or sustainable cities: Discourses and practices. **City, Culture and Society**, v. 4, n. 3, p. 125–135, 2013. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ccs.2013.04.002>. Acesso em: 10 jul. 2018.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades Criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo**. 2011a. 297 f. Tese (Arquitetura e Urbanismo) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-08042013-091615/pt-br.php>. Acesso em: 14 jun. 2018.

REIS, Ana Carla Fonseca. Cidades Criativas: burlando um conceito em formação. **Revista de Moda, Cultura e Arte**: São Paulo, v. 4, n. 1. p.127-149, 2011b. Disponível em:

[http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/12\\_IARA\\_vol4\\_n1\\_Reflexoes.pdf](http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/12_IARA_vol4_n1_Reflexoes.pdf). Acesso em: 4 jul. 2018.

ROMANI, Claudia; BORSZCZ, Iraci. **Unidades de informação: conceitos e competências**. Florianópolis: UFSC, 2006.

SCOTT, Allen. Creative cities: Conceptual issues and policy questions. **Journal of Urban Affairs**, v. 28, n. 1, p. 1–17, 2006. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.0735-2166.2006.00256.x/abstract>. Acesso em: 10 jul. 2018.

VERGUEIRO, Waldomiro; MIRANDA, Angélica (Org). **Administração de unidades de informação**. Rio Grande, RS: FURG, 2007.

VIA. **Conexões**. 2018. Disponível em: <http://via.ufsc.br/conexoes/>. Acesso em: 16 dez. 2018.

